

社会服务行业·周观点

微信上线“送礼物”功能，发起电商鏖战的“奇袭时刻”

- ◆ 本周行情：社会服务（申万）板块指数周涨跌幅为-4.33%，在申万一级行业涨跌幅中排名27/31。
- ◆ 各基准指数周涨跌幅情况为：沪深300（-0.14%）、深证成指（-0.62%）、上证指数（-0.70%）、创业板指（-1.15%）、社会服务（-4.33%）。
- ◆ 子行业涨跌幅排名：专业服务（-2.00%）、教育（-2.31%）、体育II（-3.67%）、旅游及景区（-5.36%）、酒店餐饮（-9.21%）。
- ◆ 个股涨跌幅排名前五：实朴检测（23.90%）、科德教育（23.55%）、创业黑马（22.94%）、中金辐照（6.00%）、学大教育（3.10%）。
- ◆ 个股涨跌幅排名后五：西安饮食（-16.89%）、勤上股份（-16.47%）、大连圣亚（-15.98%）、曲江文旅（-15.45%）、力盛体育（-14.81%）。

核心观点：

12月17日，微信灰测“送礼物”功能，在商品详情页会公开展示“支持送礼物”的入口。品类限制除珠宝、教育培训外，价格限制原价不大于1万元的商品，满足规则的商品会自动开通“支持送礼物”入口，完成下单不需要提前询问对方的收货地址，收礼人点击礼物消息后，填写收货地址，点击“收下礼物”后，即为正式接收并拥有订单管理权。若朋友超过24小时未收下礼物订单将自动取消并退款。

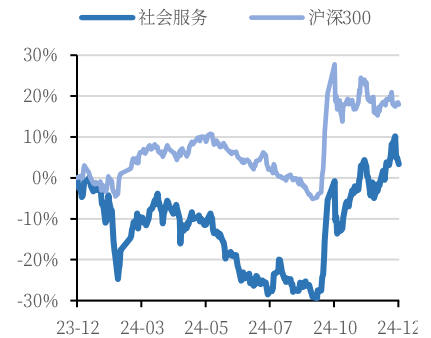
参考“抢红包”上线经验，恰逢年底助推释放送礼需求。①2014年春节期间，微信团队推出红包功能。当年除夕当晚参与微信红包活动的总人数达到了482万次，从除夕至正月初八，有超过800万用户参与抢红包活动，共计超过4000万个红包被领取。②2015年春节期间，微信红包收发总量已经突破了10亿，同比增长60余倍。2023年春节假期期间，用户发送微信红包的次数已超40亿，领取动态红包封面超3800万次。③截至2024Q3，微信及 WeChat 的合并月活跃账户数已达到13.82亿，小程序交易生态活跃，季度内交易额突破两万亿，包含餐饮零售、交通出行、民生缴费等多个场景的线上线下

投资评级

增持

维持评级

行业走势图



作者

裴伊凡 分析师
SAC 执业证书：S0640516120002
联系电话：010-59562517
邮箱：peiyf@avicsec.com

郭念伟 研究助理
SAC 执业证书：S0640123040023
联系电话：
邮箱：guonw@avicsec.com

相关研究报告

- “首发经济”鼓励品牌创新，重塑消费新动力 —2024-12-20
- 2025年春节档大片云集，电影大盘表现值得期待 —2024-12-15
- OpenAI 将持续推出新产品，AI 应用再迎强催化 —2024-12-09

股市有风险入市需谨慎

中航证券研究所发布 证券研究报告

请务必阅读正文之后的免责声明部分

联系地址：北京市朝阳区望京街道望京东园四区2号楼中航产融大厦中航证券有限公司
公司网址：www.avicsec.com
联系电话：010-59219558/传真：010-59562637

服务，同比增长10+pct。我们认为，年底圣诞节、元旦、春节等假期频至，“送礼物”需求高增，借鉴“抢红包”经验，送礼功能有望提振微信小店流量和订单量。

投资主线一：微信上线“送礼物”功能，开启“微信红包”2.0时代。参考先前微信“抢红包”经验，”送礼物“需求相对刚性，移至社交平台完成送礼流程更加便捷。依托微信的先天巨大流量禀赋，微信电商生态玩家有望迎来新的发展红利期。此外，叠加腾讯在 AI 的持续布局，微信生态的 AI 电商场景有望激活更大的消费需求，实现电商鏖战的“奇袭时刻”。

投资主线二：“首发经济”鼓励品牌创新，重塑消费新动力。首发经济是消费中的新质生产力，政策端明确强调首发经济，以此推动产业升级、增强城市商业活力、增加优质供给，助推国内消费需求释放。政策引领下，有望催化诸多消费领域行业规模和公司业绩保持健康增长。

- ◆ 风险提示：市场政策推进不及预期风险；国际形势动荡风险；行业监管风险；产品设计不及预期风险。

正文目录

一、 市场行情回顾（2024.12.16-2024.12.20）	4
（一） 本周社会服务行业位列申万一级行业涨跌幅第 27	4
（二） 本周行业细分表现	5
（三） 本周个股表现	5
二、 核心观点	6
三、 行业新闻动态	8
四、 风险提示	10

图表目录

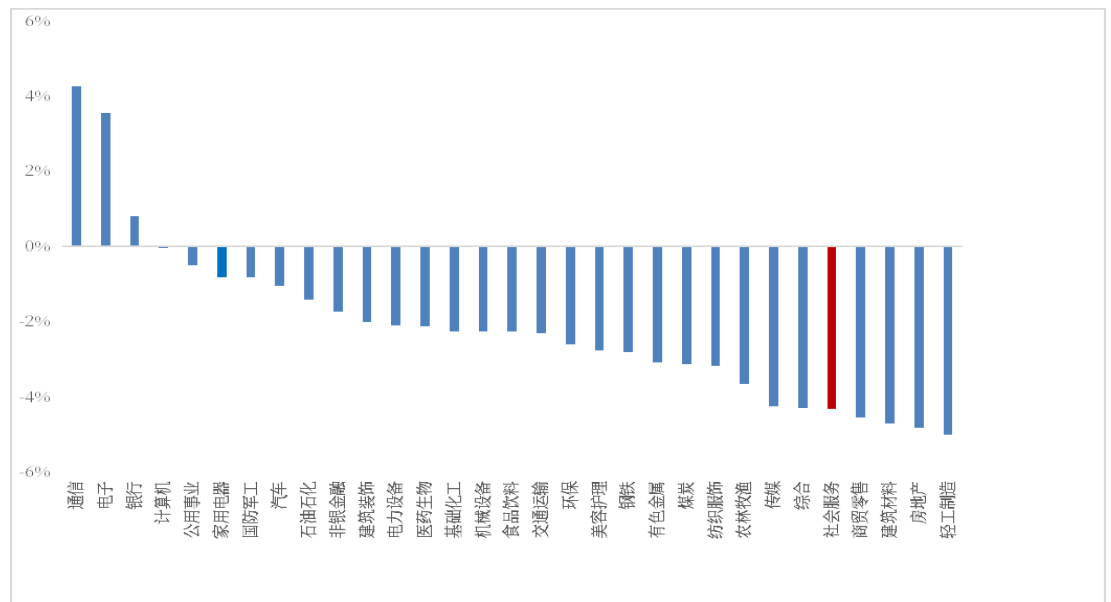
图 1 申万一级子行业板块周涨跌幅排行（单位：%）	4
图 2 申万一级子行业板块年涨跌幅排行（单位：%）	4
图 3 本周社会服务（申万）子行业涨跌幅排名	5
图 4 本周社会服务（申万）个股涨跌幅排名前后五名	6
表 1 各基准指数涨跌幅情况	5

一、市场行情回顾（2024.12.16-2024.12.20）

（一）本周社会服务行业位列申万一级行业涨跌幅第 27

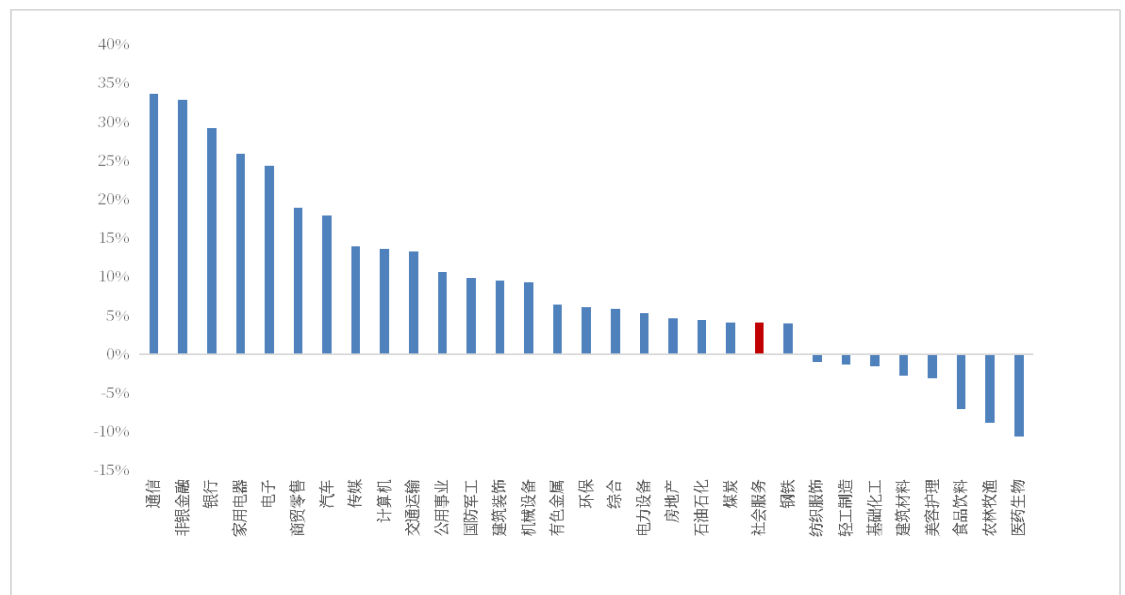
社会服务（申万）板块指数周涨跌幅为-4.33%，在申万一级行业涨跌幅中排名第 27/31。

图1 申万一级子行业板块周涨跌幅排行（单位：%）



资源来源：iFinD、中航证券研究所

图2 申万一级子行业板块年涨跌幅排行（单位：%）



资源来源：iFinD、中航证券研究所

各基准指数周涨跌幅情况为：沪深 300 (-0.14%)、深证成指 (-0.62%)、上证指数 (-0.70%)、创业板指 (-1.15%)、社会服务 (-4.33%)。

表1 各基准指数涨跌幅情况

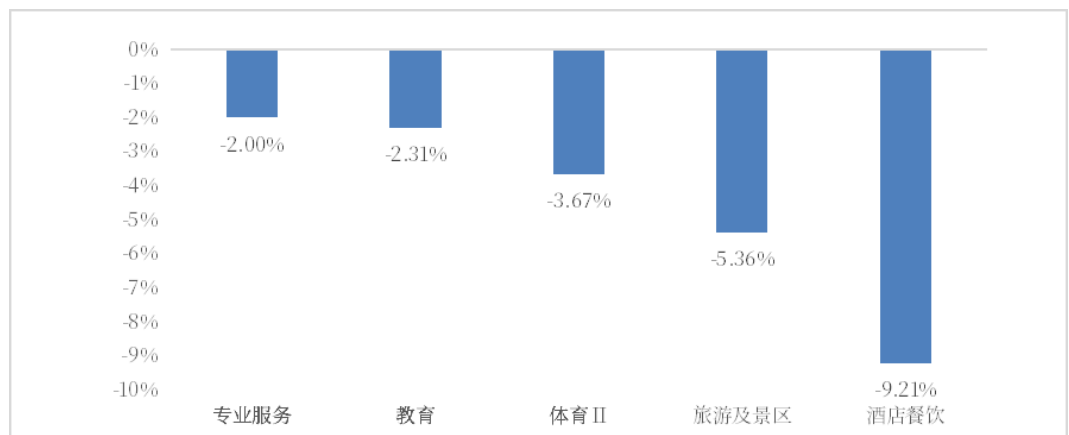
证券名称	收盘价	周涨跌幅(%)	年涨跌幅(%)	周成交额(亿元)
沪深 300	3927.74	-0.14%	14.47%	15643.97
深证成指	10646.62	-0.62%	11.78%	45741.25
上证指数	3368.07	-0.70%	13.21%	29557.70
创业板指	2209.66	-1.15%	16.83%	20054.68
社会服务	8765.93	-4.33%	4.13%	1324.33

资料来源：iFinD、中航证券研究所

(二) 本周行业细分表现

分子行业来看，本周社会服务各子行业涨跌幅排名：专业服务 (-2.00%)、教育 (-2.31%)、体育 II (-3.67%)、旅游及景区 (-5.36%)、酒店餐饮 (-9.21%)。

图3 本周社会服务（申万）子行业涨跌幅排名

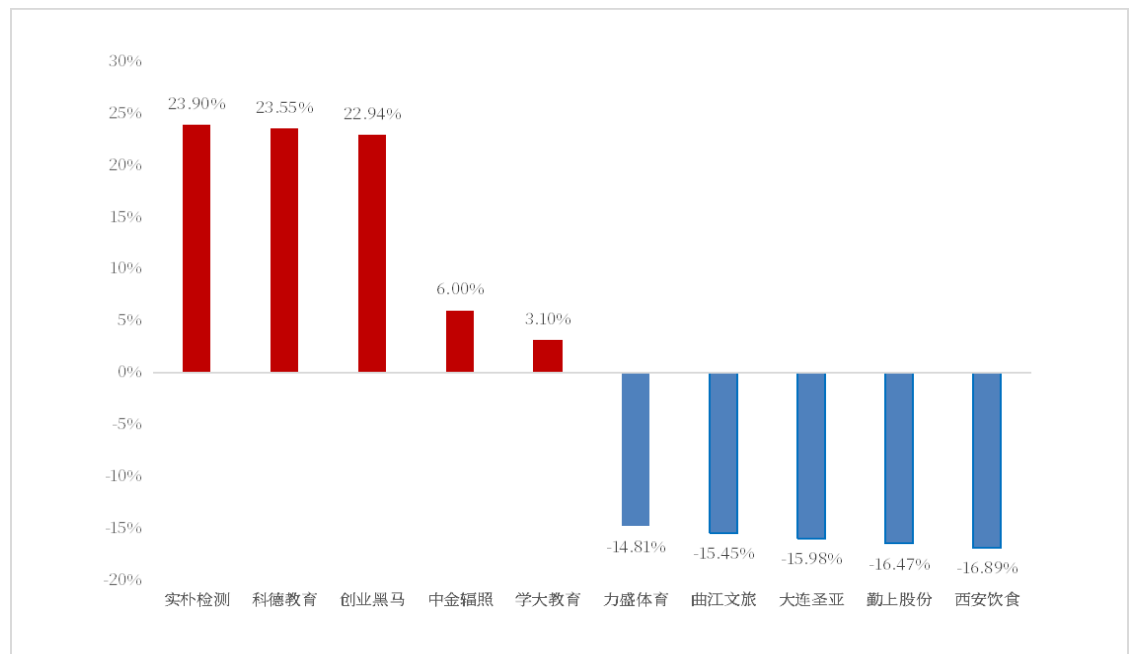


资料来源：iFinD、中航证券研究所

(三) 本周个股表现

社会服务行业个股涨跌幅排名前五：实朴检测 (23.90%)、科德教育 (23.55%)、创业黑马 (22.94%)、中金辐照 (6.00%)、学大教育 (3.10%)；

社会服务行业个股涨跌幅排名后五：西安饮食 (-16.89%)、勤上股份 (-16.47%)、大连圣亚 (-15.98%)、曲江文旅 (-15.45%)、力盛体育 (-14.81%)。

图4 本周社会服务（申万）个股涨跌幅排名前后五名


资料来源：iFinD、中航证券研究所

二、核心观点

■ 投资主线一：微信上线“送礼物”功能，开启“微信红包”2.0时代

12月17日，微信上线“送礼物”功能，在商品详情页会公开展示“支持送礼物”的入口。品类限制除珠宝、教育培训外，价格限制原价不大于1万元的商品，满足规则的商品会自动开通“支持送礼物”入口，完成下单不需要提前询问对方的收货地址，收礼人点击礼物消息后，填写收货地址，点击“收下礼物”后，即为正式接收并拥有订单管理权。若朋友超过24小时未收下礼物订单将自动取消并退款。

参考“抢红包”上线经验，恰逢年底助推释放送礼需求。①2014年春节期间，微信团队推出红包功能。当年除夕当晚参与微信红包活动的总人数达到了482万次，从除夕至正月初八，有超过800万用户参与抢红包活动，共计超过4000万个红包被领取。②2015年春节期间，微信红包收发总量已经突破了10亿，同比增长60余倍。2023年春节假期期间，用户发送微信红包的次数已超40亿，领取动态红包封面超3800万次。③截至2024Q3，微信及WeChat的合并月活跃账户数已达到13.82亿，小程序交易生态活跃，季度内交易额突破两万亿，包含餐饮零售、交通出行、民生缴费等多个场景的线上线下服务，同比增长10+pct。我们认为，年底圣诞节、元旦、春节等假期频至，“送礼物”需求高增，借鉴“抢红包”经验，送礼功能有望提振微信小店流量和订单量。

公司战略定位电商方向，着力打造微信电商“生态链”。①流量支持：2024年

8月，腾讯要求微信小商店、视频号小店等微信生态内的电商载体统一升级为微信小店，并为其接入微信全域流量。②降低门槛：为了吸引更多商家入驻，微信在今年9月宣布大幅降低商家的准入门槛和保证金，甚至支持满足一定条件的微信小店商家0元保证金试运营；视频号小店还调低了家具、个人护理等21个三级类目的技术服务费，由5%调低至2%。我们认为，此次微信依靠自身流量和政策发力电商，有望在微信端吸引更多商家入驻，“抢红包”或加速电商消费落地，助力腾讯深度布局电商领域。

投资建议：参考先前微信“抢红包”经验，“送礼物”需求相对刚性，移至社交平台完成送礼流程更加便捷。依托微信的先天巨大流量禀赋，微信电商生态玩家有望迎来新的发展红利期。此外，叠加腾讯在AI的持续布局，微信生态的AI电商场景有望激活更大的消费需求，实现电商鏖战的“奇袭时刻”。我们看好三类公司或将直接收益：①电商 SaaS 公司/代运营机构【值得买（公司为品牌商提供线上店铺运营、商品销售，还为品牌商提供新流量时代下传统电商、直播电商、私域营销、门店在内的全渠道品牌营销布局）、壹网壹创（与品牌商确立合作关系后在第三方平台上提供综合运营服务）、青木科技（服务包括 Jellycat、泡泡玛特等品牌商的代运营及品牌营销活动）】；②微信场域的广告代理商【天地在线（微信生态营销占比高）、蓝色光标、天下秀等】；③已开通微信小店、具备送礼功能的品牌方：【元隆雅图、中信出版、世纪天鸿等】。

■ 投资主线二：“首发经济”鼓励品牌创新，重塑消费新动力

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》强调：“完善扩大消费长效机制”“积极推进首发经济”。12月中央经济工作会议更是明确，明年重点加力扩围实施“两新”政策，创新多元化消费场景，扩大服务消费，促进文化旅游业发展，积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济。商务部副部长盛秋平在周末的公开讲话中表示，商务部将加快出台推动首发经济的政策文件，指导各地因地制宜发展首发经济。

首发经济的特点有以下几个方面：①强调首次，包括首次发布、首次秀演、首次展出、首次开设门店等；②强调链式发展全过程，首发经济不仅关注首次活动，还包括新品研发、发布、展示、推广和销售的完整体系；③强调引领性、潮流性，首发经济具有时尚、品质、新潮等特征，是符合消费升级趋势和高质量发展要求的一种经济形态。相比于首店经济，首发经济强调链式发展全过程，这种链式发展不仅为城市带来新品发布活动、品牌展示等短期的效应，更重要的是形成了围绕新品、新业态、新模式，以及首店和总部集聚的产业生态圈，逐渐构建起新品研发、发布、展示、推广以及销售等完整的体系网络。

首发经济依靠品牌力、创新力和供应链支撑，已成为城市商圈能级升档的重要引擎。2019年至2021年，全国首店数量较之前提升95%以上。①从品牌业态来看：由

早期以商品品牌为主向餐饮住宿、文化娱乐等服务消费扩展，消费品品牌占比逐渐降低，与当前服务消费占比提升相契合。②从城市分布来看：首店更倾向于一线和强二线城市。其中，上海和北京的首店集中度最高，以全球全国首店为主。2023年，上海引入1215家首店/同比+13.2%，其中亚洲级别以上首店11家，全国级别以上高能级首店合计占比达到13.7%，规模质量继续蝉联全国城市首位。2024年1—4月上海新设各类首店489家，其中新增全球或亚洲首店3家，全国及内地首店55家，高能级首店合计占比11.9%，规模和质量再创历史新高。2024年上半年，北京新增首店485家，其中既包含第一家品牌门店，也有品牌新布局的旗舰店和创新概念店。我们认为，首发经济的背后是品牌力、创新力和供应链的支撑，一方面能够通过搭建国内外品牌首发首秀平台，吸引更多颜值与内涵兼具的首店新品落地，引领国际消费潮流；另一方面，加速形成品牌集聚效应、驱动上游产业链升级，推动企业创新，区域影响力进一步提升。

投资建议：首发经济是消费中的新质生产力，政策端明确强调首发经济，以此推动产业升级、增强城市商业活力、增加优质供给，助推国内消费需求释放。政策引领下，有望催化诸多消费领域行业规模和公司业绩保持健康增长。**建议关注：**1) 首次秀演会展【锋尚文化/宋城演艺/米奥会展/风语筑】；2) 首发营销【蓝色光标/遥望科技/粤传媒/省广集团】；3) 首发游戏/影视等文娱内容【富春股份/巨人网络/博纳影视/上海电影/光线传媒】；4) 首发IP/谷子经济【中文在线/姚记科技】。

三、行业新闻动态

➤ 第十一届中国旅游产业发展年会在大理举办

12月17日，第十一届中国旅游产业发展年会在云南大理举行，以“融合·创新·共进”为主题，旨在推动旅游业高质量发展。会议深入学习贯彻习近平总书记的指示和全国旅游发展大会精神，总结了产业成果，展望了发展趋势。

年会组织了两场交流活动，专家就旅游强国建设、绿色旅游发展等话题发表演讲，并进行了经验分享。中国旅游报驻云南记者站揭牌，多家企业发布了旅游惠民措施。

《2024中国旅游产业影响力指数报告》发布，总结了产业发展亮点，并揭晓了多个影响力案例。此外，还启动了“美好中国行·有一种叫云南的生活”旅居体验活动，推广旅居云南品牌。年会由中国旅游报社主办，得到文化和旅游部等部门指导，吸引了约200名代表参加。自2012年创办以来，年会已成为旅游行业的品牌活动，获得了广泛认可。（资料来源：中国旅游报）

➤ 欢乐冰雪旅游季启动仪式在哈尔滨举行

2024年12月17日，哈尔滨市举办了“冬日胜景”全国冬季旅游宣传推广活动暨欢乐冰雪旅游季启动仪式，由文化和旅游部资源开发司等单位主办。活动旨在延续哈尔滨冰雪旅游的热度，推动冰雪经济成为新的经济增长点。

文化和旅游部资源开发司负责人指出,国内旅游行业在供给创新和政策利好的推动下呈现积极态势,得益于党中央的高度重视。国务院出台政策支持冰雪经济发展,中央经济工作会议提出发展冰雪旅游的工作要求。

黑龙江省冰雪旅游资源丰富,近年来大力发展冰雪旅游,将冷资源转化为热经济。去年以来,黑龙江冰雪旅游火爆,哈尔滨成为国内热门旅游城市。

活动中,相关地区介绍了冰雪旅游优惠政策,如黑龙江省推出文旅消费品牌“锦绣龙江”,哈尔滨滑雪场推出特惠票,吉林省发放冰雪消费券,滑雪度假区推出优惠套餐,以激发民众出游热情,推动冬季旅游消费成为新常态。(资料来源:证券时报)

➤ AI 浪潮之下,传媒行业的“应变”

12月19日,2024中国报业传媒行业人工智能应用大会在上海举行,强调AI对媒体行业的重要性。李芸表示,AI应用是媒体生存发展的必由之路。大会展示了AI在内容生产、分发、数据分析等方面的应用,如上海报业集团的人工智能平台建设。

新华社报告指出,全球媒体正在探索AI技术,中国报业协会分享了AI在媒体行业的应用案例。会上,澎湃新闻与稀宇极智科技启动战略合作。专家讨论了AI对内容生产、分发和交互场景的赋能,以及媒体平台化的趋势。

大会还探讨了AI带来的挑战,如新闻真实性和内容安全性。媒体人应保持专业内容的价值,同时拥抱新技术。张志安认为,此次大会是AI与传媒融合发展的关键节点,标志着媒体行业向智媒时代的重要一步。(资料来源:澎湃新闻)

➤ “食品产业新型工业化论坛暨 2024 预制食品(预制菜)产业基地生态大会”成功举办

12月19日,2024预制食品产业基地生态大会在北京举行,聚焦食品产业新型工业化。冯兴科发表演讲,强调科技金融对食品工业的支持及其未来发展方向。

大会启动了预制食品企业竞争力百强与超级单品百强评选,多位行业领袖参与。宋爽介绍了评选指标体系,发布了《2024预制菜产业基地百强研究》,并对产业发展提出建议。

江夏区、莘县、长沙县三家产业基地分享了发展经验。张立锋、张云生、张云龙分别介绍了各自区域在预制菜产业的优势、政策、品牌建设和市场拓展。

圆桌对话环节,专家讨论了预制食品全球化挑战及解决方案。最后,赛迪顾问与多家机构共同发起倡议,推动预制菜产业健康发展,多名政府和企业代表签署了《加强科学精准监管、筑牢预制食品安全防线倡议书》。(资料来源:新华网)

➤ 如何助推广州美妆产业做大做强? 广州在知识产权领域有妙招

12月17日至21日,第二届“广州国际美妆周”在广州举行,展示了中国美妆之都的产业实力。广州市化妆品产业规模超1000亿元,位居全国第一。广州知识产权保护中心利用其“三合一”资质优势,为美妆产业提供知识产权服务,包括快速预

审、专利导航和维权援助。

自 2022 年 7 月以来，广州化妆品产业相关专利申请预审案件达 430 件，审查周期提速超 90%，授权率达 80%。中心还为企业提供“一企一策”服务，重点帮扶美妆龙头企业，如丸美股份公司在全球化妆品功效性原料产业新增公开专利排名中位居第 8。

广州知识产权保护中心还紧扣广州市化妆品产业高质量发展策略，提供暖企服务，指导企业布局高价值专利。2023 年至 2024 年，广州市化妆品功能性原料产业新增专利 1151 件，居省内和国内首位。

此外，中心为化妆品产业提供全方位的知识产权保护服务，累计提供快速维权服务 550 次，并与白云区人民法院合作，加强知识产权协同保护。广交会上的自主知识产权产品数量显著增长，体现了广州企业科技含量和品牌价值的提升。（资料来源：广州日报）

四、风险提示

市场政策推进不及预期风险；行业政策变化风险；宏观环境变化风险。

公司的投资评级如下:

买入: 未来六个月的投资收益相对沪深 300 指数涨幅 10%以上。
增持: 未来六个月的投资收益相对沪深 300 指数涨幅 5%~10%之间。
持有: 未来六个月的投资收益相对沪深 300 指数涨幅-10%~+5%之间。
卖出: 未来六个月的投资收益相对沪深 300 指数跌幅 10%以上。

行业的投资评级如下:

增持: 未来六个月行业增长水平高于同期沪深 300 指数。
中性: 未来六个月行业增长水平与同期沪深 300 指数相若。
减持: 未来六个月行业增长水平低于同期沪深 300 指数。

研究团队介绍汇总:

中航证券社服团队: 以基本面研究为核心, 立足产业前沿, 全球视野对比, 深度跟踪元宇宙、餐饮旅游、免税、医美、珠宝、教育等行业, 把脉最新消费趋势, 以敏锐嗅觉挖掘价值牛股。

销售团队:

李裕淇, 18674857775, liyuq@avicsec.com, S0640119010012
李友琳, 18665808487, liyoul@avicsec.com, S0640521050001
曾佳辉, 13764019163, zengjh@avicsec.com, S0640119020011

分析师承诺:

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师, 再次申明, 本报告清晰、准确地反映了分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

风险提示: 投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险, 任何形式的分享证券投资收益或者分担证券证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

免责声明:

本报告由中航证券有限公司(已具备中国证券监督管理委员会批准的证券投资咨询业务资格)制作。本报告并非针对意图送发或为任何就送发、发布、可得到或使用本报告而使中航证券有限公司及其关联公司违反当地的法律或法规或可致使中航证券受制于法律或法规的任何地区、国家或其它管辖区域的公民或居民。除非另有显示, 否则此报告中的材料的版权属于中航证券。未经中航证券事先书面授权, 不得更改或以任何方式发送、复印本报告的材料、内容或其复本给予任何其他人。未经授权的转载, 本公司不承担任何转载责任。

本报告所载的资料、工具及材料只提供给阁下作参考之用, 并非作为或被视为出售或购买或认购证券或其他金融票据的邀请或向他人做出邀请。中航证券未有采取行动以确保于本报告中所指的证券适合个别的投资者。本报告的内容并不构成对任何人的投资建议, 而中航证券不会因接受本报告而视他们为客户。

本报告所载资料的来源及观点的出处皆被中航证券认为可靠, 但中航证券并不能担保其准确性或完整性。中航证券不对因使用本报告的材料而引致的损失负任何责任, 除非该等损失因明确的法律或法规而引致。投资者不能仅依靠本报告以取代行使独立判断。在不同时期, 中航证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告仅反映报告撰写日分析师个人的不同设想、见解及分析方法。为免生疑, 本报告所载的观点并不代表中航证券及关联公司的立场。

中航证券在法律许可的情况下可参与或投资本报告所提及的发行人的金融交易, 向该等发行人提供服务或向他们要求给予生意, 及或持有其证券或进行证券交易。中航证券于法律容许下可于发送材料前使用此报告中所载资料或意见或他们所依据的研究或分析。

联系地址: 北京市朝阳区望京街道望京东园四区 2 号楼中航产融大厦中航证券有限公司

公司网址: www.avicsec.com

联系电话: 010-59219558

传真: 010-59562637